GRAND BEACH

RESORT DEVELOPMENT PROJECT
MANITOBA, CANADA

LE PROJECT

D'AMÉNAGEMENT

DU CENTRE DU VILLÉGIATURE

À GRAND BEACH

ECONOMIC & REGIONAL DEVELOPMENT AGREEMENT

TOURISM TOURISME

ENTENTE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET RÉGIONAL

91-00402/

UNE IDÉE MAGNIFIQUE

Le projet d'aménagement du centre de villégiature de Grand Beach représente une occasion de développer pleinement le potentiel touristique de cette plage de classe mondiale. Ce concours porte sur l'aménagement d'un complexe touristique de classe internationale, ouvert toute l'année. Selon les études menées récemment par Laventhol & Horwath, la région a besoin d'une telle installation.

Le lieu se prête à l'établissement d'un complexe hôtelier quatre saisons de 100 chambres ou plus, offrant tous les agréments d'une villégiature de luxe. Il pourrait comprendre deux terrains de golf (dont un pouvant accueillir des championnats) un restaurant de qualité, un salon-bar, un centre de conditionnement physique et des courts de racquetball couverts. En offrant des activités "d'apprentissage" et de "perfectionnement", il pourrait attirer les visiteurs de fins de semaine et les groupes spéciaux qui composent 60 p. 100 de la clientèle actuelle de ce genre de centres. Grâce à ses commodités urbaines et à un emplacement naturel reposant, le centre saura attirer les marchés de la famille, des congrès d'affaires et des réunions.

Le projet représente une occasion unique et lucrative pour un investisseur avisé. Grand Beach offre un site magnifique pouvant tirer parti d'un marché de 700 000 personnes, dans un rayon de 160 kilomètres (100 milles). Ces ressources, liées à l'aide et à la coopération du gouvernement provincial, assureront la réussite de l'entreprise.

*Selon la demande existante, on pourrait construire de 260 à 310 chambres de ce genre dans la province.

Résumé pour la direction

Étude sur le développement touristique en milieu rural

Mai 1986

Laventhol & Horwath,

Conseillers en gestion

UN SITE MAGNIFIQUE

Le site est spectaculaire. Les eaux limpides du lac se fondent dans le ciel bleu à l'horizon, des milles de sable fin ourlent une immense forêt... De quoi faire rêver les naturalistes et les amateurs de soleil! Il ne manque plus sur cette plage de qualité mondiale qu'un centre de villégiature à sa mesure.

Le parc provincial de Grand Beach, situé sur la rive est du lac Winnipeg, au Manitoba, a tout ce qu'il faut pour être un lieu de villégiature populaire. L'immensité du lac Winnipeg (le dixième lac d'eau douce au monde) et sa plage de sable blanc de 4 kilomètres (2,5 milles) donnent l'impression qu'on se trouve sur une plage au bord de la mer. La plage est réputée l'une des plus belles d'Amérique du Nord et constitue une destination prisée au Manitoba.

La région est intéressante toute l'année. En été, les visiteurs viennent se promener le long des sentiers balisés ou s'addonner à des activités nautiques telles la natation, la planche à voile, le parachutisme ascentionnel et la navigation de plaisance. Les attractions hivernales comprennent 20 kilomètres (12 milles) d'excellentes pistes de ski de fond, qui sont parmi les meilleures de la province. On y trouve en outre 40 kilomètres (25 milles) de sentiers réservés aux motoneiges.

Commercialement parlant, Grand Beach représente une ressource inexploitée. La proximité de Winnipeg (capitale du Manitoba dont la population est de 620 000 personnes) en fait une destination populaire. Grand Beach accueille plus de 750 000 milles visiteurs par an; pourtant, il n'existe aucune installation

d'hébergement commercial dans le parc.

UN MARCHÉ ASSURÉ

Grand Beach attire déjà beaucoup de monde. Certains jours d'été, des milliers de visiteurs se rendent au parc, en quête de soleil et de sable. Ils viennent s'ajouter aux 10 000 propriétaires de chalets et résidents permanents. D'après les recherches, ils sont favorables à l'aménagement dans la région d'un centre de villégiature complet, ouvert l'année durant.

Le centre serait d'accès facile au grand marché qui existe au-delà du Manitoba, aux vacanciers et aux congressistes. On trouve 80 millions d'habitants dans un rayon de 1 600 kilomètres (1 000 milles) de Grand Beach. Quatre-vingt-trois pour cent des visites effectuées dans les lieux de villégiature de la province sont faites par les Manitobains eux-mêmes. Bon nombre des clients du centre viendraient de la capitale du Manitoba toute proche.

Le projet d'aménagement du centre de villégiature de Grand Beach comporte tous les éléments voulus pour en faire un succès. Le marché et le site sont fournis... à vous d'en proposer la conception. Téléphonez ou télécopiez dès aujourd'hui. Mettons vos grandes idées à l'oeuvre.

EN MARCHE

Situé à moins d'une heure de route au nord de Winnipeg (Manitoba), le parc provincial de Grand Beach se trouve sur la rive est du lac Winnipeg. Le centre de villégiature proposé sera construit sur un terrain en pente douce qui domine la plage.

Vu qu'il se trouve au milieu du continent, le Manitoba est tout naturellement un centre des transports. Il possède un vaste réseau routier lui donnant accès à tous les grands marchés nord-américains. Il est desservi par des compagnies d'autocars nationales et régionales, ainsi que par la Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada.

À partir de l'aéroport international de Winnipeg, quatre transporteurs nationaux et internationaux relient la capitale du Manitoba aux villes du monde entier.

EN AFFAIRES

L'économie du Manitoba repose sur une grande variété d'industries en croissance : services, agriculture, fabrication, exploitation minière et foresterie. Les industries de services assurent 72 p. 100 de l'emploi provincial et représentent 71 p. 100 du produit intérieur brut. L'activité économique est stimulée par l'électricité le meilleur marché d'Amérique du Nord. Le coût de la vie au Manitoba est parmi les moins élevés du Canada, assurant des taux salariaux concurrentiels pour une main-d'oeuvre stable et qualifiée de plus de 540 000 personnes, dont 30 000 travaillent directement dans l'industrie de l'accueil.

L'industrie du tourisme au Manitoba générera un milliard de dollars avant l'an 2000. Chaque année, les habitants de la province entreprennent plus de 5 millions de voyages-personnes de 50 milles ou plus, tandis que 2,6 millions de visiteurs de l'extérieur se rendent au Manitoba. À l'heure actuelle, le tourisme injecte 700 millions de dollars dans l'économie du Manitoba et emploie directement 3,5 p. 100 de la main-d'oeuvre provinciale. Avec l'aide du gouvernement fédéral, la province s'est engagée à développer le tourisme au maximum. L'aide prévue pour l'aménagement de lieux de villégiature importants, tel celui de Grand Beach, fait partie de cet effort.

Bien que la province possède un très grand nombre de lacs et de parcs, elle offre beaucoup plus aux visiteurs. Il existe à Winnipeg une grande variété d'attractions touristiques et de services. Le Centre des congrès de Winnipeg est un lieu de réunions de première classe. Le Royal Winnipeg Ballet a été acclamé dans le monde entier. Folklarama, le festival annuel des nations, est une attraction de réputation internationale.

L E S O L E I L E S T T O U J O U R S D E L A P A R T I E

Le Manitoba jouit d'un climat à quatre saisons bien définies et d'un grand nombre de jours ensoleillés. En juillet et en août, la température moyenne en après-midi est d'environ 25° Celsius ou 72° Fahrenheit.

La province du Manitoba s'est engagée, avec l'aide du gouvernement fédéral, à assurer la croissance du tourisme dans la province. Dans le cadre de cet engagement, elle aidera au développement de projets touristiques tous services sur des propriétés de qualité, en offrant aux promoteurs-constructeurs une aide financière et des stimulants.

AIDE FINANCIÈRE ET STIMULANTS

Les stimulants et l'aide financière prévus pour le projet d'aménagement du centre de villégiature de Grand Beach seront accordés dans le cadre du programme Lieux de séjour, attractions et installations touristiques de l'Entente auxiliaire Canada-Manitoba sur le développement du tourisme (1985-1990). Découlant de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement économique et régional (EDER), l'Entente sur le développement du tourisme est financée à parts égales par les gouvernements fédéral et provincial et assure au Manitoba les fonds qui l'aideront à développer et à promouvoir des installations touristiques concurrentielles au niveau international.

Pour plus de renseignements au sujet du projet d'aménagement du centre de villégiature de Grand Beach et pour obtenir les documents du concours, téléphoner ou écrire à :

Fred Whitehouse
Gestionnaire de programme
Entente sur le développement du tourisme
155, rue Carlton, 7e étage
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3H8
Téléphone : (204) 945-8317
FAX : (204) 945-2302

Les soumissions des promoteurs-constructeurs doivent être reçues au plus tard le 6 novembre 1989.

This information is also available in English.

CONCOURS

POSSIBILITÉ DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

HÔTEL ET TERRAIN DE GOLF
PARC PROVINCIAL DE GRAND BEACH
MANITOBA, CANADA

Sous les auspices de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme, on invite les promoteurs-constructeurs à soumettre des propositions pour la construction et l'exploitation d'un hôtel de 100 à 250 chambres et d'un terrain de golf de 18 à 36 trous comprenant un parcours de championnat, dans le parc provincial de Grand Beach, au Manitoba, Canada.

Les propositions scellées portant la mention "Parc provincial de Grand Beach - Hôtel et terrain de golf" doivent être soumises au bureau de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme, 155, rue Carlton, 7e étage, Winnipeg (Manitoba) R3C 3H8; au plus tard le lundi 6 novembre 1989 à midi, heure de Winnipeg.

Les personnes intéressées peuvent obtenir les documents et les détails du concours à l'adresse susmentionnée ou en appelant M. Fred Whitehouse, gestionnaire de programme, au (204) 945-8317.

Une présentation de tous les éléments actuels de l'aménagement du parc provincial de Grand Beach et une inspection des lieux auront lieu au centre récréatif de Grand Marais le jeudi 21 septembre 1989 à 10 h.

On prie les promoteurs de noter qu'il est possible qu'aucune proposition ne soit acceptée.

CONCOURS
POSSIBILITÉ DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

PARC PROVINCIAL DE GRAND BEACH

INDEX

Page

Avant-propos
Introduction
- But
- Objectifs

Contexte
Détails du projet
Processus de concours
Contenu des propositions
Critères de sélection

ANNEXES
A. Bail type
B. Entente de développement type
C. Cartes
- Orthophotocarte de courbes de niveau - emplacement de l'hôtel et du terrain de golf
- Carte routière de la province du Manitoba
- Carte de courbes de niveau - emplacement de l'hôtel et du terrain de golf
- Carte de la ville de Winnipeg
- Attractions de la ville de Winnipeg

D. Résumé pour la direction : Étude sur le développement touristique en milieu rural
E. Grand Beach - Le bon vieux temps
F. Étude de faisabilité technique et de planification
G. Considérations environnementales - plan de l'emplacement
- carte des systèmes de traitement des eaux usées et d'adduction d'eau
- cartes profiles du plan des routes d'accès

AUTRES
- Vidéo-cassette - The Manitoba Advantage
- Brochure "Manitoba Facts 1989"

NOTA : ON RECOMMANDE INSTAMMENT AUX PROMOTEURS DE LIRE ATTENTIVEMENT LES AVIS SE TROUVANT EN PREMIÈRE PAGE DES ANNEXES D ET F.

AVANT-PROPOS

Le présent concours porte sur une possibilité de développement offerte dans la province du Manitoba sous les auspices de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme. Le but de ce projet est d'attirer des investissements du secteur privé afin d'aménager et d'exploiter un centre touristique quatre-saisons et un terrain de golf de championnat dans le parc provincial de Grand Beach.

Le soumissionnaire choisi pourra peut-être obtenir une aide financière dans le cadre de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme.

Les renseignements relatifs au concours comprennent des instructions aux soumissionnaires et précisent les critères qui présideront au choix du promoteur que l'on retiendra pour réaliser le projet.

Également inclus dans le concours se trouvent une description de la possibilité et du contexte régional, des documents d'information et les conditions auxquelles l'aménagement aura lieu : responsabilités du promoteur-constructeur choisi, responsabilités des diverses administrations concernant les conditions de l'accord de cession de terres et lignes directrices pour la conception. On trouvera aux annexes A et B un bail type ainsi qu'une entente de développement type.

Prière d'envoyer les demandes de renseignements supplémentaires à l'adresse suivante :

Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme
155, rue Carlton, 7^{e} étage
Winnipeg (Manitoba) Canada
R3C 3H8
Au soin de M. Fred Whitehouse, gestionnaire de programme

N° de téléphone : (204) 945-8317
Télécopieur : (204) 945-2302

INTRODUCTION

But
Le présent appel de propositions décrit la possibilité de développement d'un complexe hôtelier et d'un terrain de golf à Grand Beach (le "projet").

Les renseignements suivants décrivent le contexte qui présidera au choix du promoteur chargé de réaliser le projet.

Objectifs
Le projet vise à réaliser les objectifs suivants :

a) Fournir un hébergement de premier ordre ainsi que les installations connexes, notamment un terrain de golf de championnat, qui attireront les Manitobains ainsi que les visiteurs d'autres provinces et d'autres pays.

b) Préserver le caractère pittoresque et naturel du parc provincial de Grand Beach.

c) Créer un projet dont la conception est de haute qualité et qui soit intégré de façon esthétique au paysage.

d) Créer un complexe qui soit rentable toute l'année.

e) Fournir des revenus touristiques directs à la région de Grand Beach et des revenus secondaires au restant de la province.

CONTEXTE

Contexte provincial

La province du Manitoba se trouve au coeur géographique de l'Amérique du Nord. Elle a une superficie de 650 000 kilomètres carrés (251 000 milles carrés); 1 225 kilomètres (765 milles) séparent la frontière septentrionale avec les Territoires du Nord-Ouest de la frontière méridionale avec les états du midwest des États-Unis, le Minnesota et le Dakota du Nord (on trouvera une carte routière de la province à l'annexe C).

Du point de vue géographique, les éléments principaux du Manitoba sont ses nombreux lacs d'eau douce et ses importants réseaux fluviaux : la province est le bassin de drainage du réseau hydrographique des provinces des Prairies vers l'ouest, de la rivière Rouge à partir du sud et de la rivière Winnipeg et d'autres rivières de l'est précambrien coulant de l'est. Les lacs Manitoba, Winnipegosis et Winnipeg à eux seuls représentent une superficie d'eau douce de plus de 37 400 kilomètres carrés. Du fait de cette abondance de ressources d'eau douce, la plus grande partie des attractions récréatives et touristiques de la province sont axées sur des activités aquatiques.

L'industrie touristique de la province bénéficie également de son emplacement central sur le continent nord-américain. D'excellents réseaux de transport routiers, aériens et ferroviaires permettent d'y arriver facilement. Sept compagnies aériennes nationales et internationales ont des vols quotidiens qui desservent l'aéroport international de Winnipeg. Des trains de passagers de Via Rail quittent tous les jours Winnipeg en direction de l'est et de l'ouest, et les compagnies d'autocar Greyhound et Grey Goose et plusieurs autres compagnies locales relient Winnipeg et de nombreux points à l'intérieur et à l'extérieur de la province par des autocars modernes et selon un horaire régulier.

La population du Manitoba, qui s'élève à 1 085 500 personnes, se concentre dans le tiers sud de la province; Winnipeg à elle seule compte 620 000 habitants. (On trouvera à l'annexe C des cartes de la ville de Winnipeg et de ses attractions.) La population du Manitoba est formée d'un mélange d'immigrants venus de pratiquement tous les pays du monde, ce qui donne une riche mosaïque de cultures et de patrimoine. Cette population cosmopolite a rendu le Manitoba bien plus intéressant sur le plan touristique. Grâce à cette diversité culturelle, les festivals et manifestations ethniques sont de plus en plus nombreux et variés, et cette diversité est également présente dans les restaurants et les spectacles que propose le Manitoba.

La main-d'oeuvre spécialisée du Manitoba, qui compte 540 000 personnes, est reconnue au Canada pour sa stabilité. À l'heure actuelle, plus de 30 000 Manitobains sont employés dans l'industrie de l'accueil, et le Manitoba Hospitality Training Council réalise un programme dynamique de recrutement et de formation en collaboration avec les collèges communautaires et les associations de l'industrie.

L'économie du Manitoba est diversifiée et forte, et se caractérise par sa stabilité et sa croissance régulière. L'industrie des services, qui comprend le secteur tertiaire, est la plus importante de la province et représente plus de 71 p. 100 du produit provincial brut et plus de 72 p. 100 des emplois.

Le secteur tertiaire, qui regroupe la fabrication et la construction, représente 16,4 p. 100 du PPB et 17 p. 100 des emplois. L'agriculture, l'exploitation minière, la foresterie, la pêche et le piégeage, qui forment le secteur primaire, comptent pour leur part pour 7,8 p. 100 du PPB et 10,8 p. 100 des emplois.

La province offre un environnement des affaires concurrentiel du fait des avantages dus à son emplacement central et également des coûts moins élevés. Le coût de la vie y est parmi les moins élevés du Canada, assurant des taux salariaux concurrentiels. Le revenu hebdomadaire moyen (élément industriel) en juin 1988 s'élevait à 422,19 $ (355,53 $ dans le secteur des services) alors que la moyenne canadienne était de 464,35 $. Les frais d'énergie électrique sont les plus bas des grands centres d'Amérique du Nord.

<u>L'industrie touristique au Manitoba</u>

À l'heure actuelle, le tourisme injecte chaque année 700 millions de dollars dans l'économie du Manitoba, ce qui représente 3,5 p. 100 du produit provincial brut et la même proportion des emplois. L'industrie touristique du Manitoba repose sur les produits du tourisme urbain à Winnipeg, les produits du loisir de plein air dans les lieux touristiques des régions rurales du Manitoba, les voyages organisés vers des destinations urbaines et rurales et les activités spéciales de plein air axées sur la nature sauvage, la faune et la pêche dans le Nord.

Chaque année, les Manitobains entreprennent plus de 5 millions de voyages-personnes de 50 milles ou plus dans la province, tandis que 2,6 millions de visiteurs de l'extérieur se rendent au Manitoba.

Les principaux lieux touristiques de la province sont la ville de Winnipeg et les régions de l'est, d'Entre-les-lacs et de l'ouest. Dans le cas des voyages d'agrément, les principales destinations rurales sont la région d'Entre-les-lacs, où les ressources en eau douce du lac Winnipeg et ses plages environnantes sont les principales attractions, et la région de l'est avec la région des lacs du Bouclier précambrien.

Les gouvernements du Canada et du Manitoba se sont engagés à développer le tourisme au Manitoba. Un certain nombre de projets sont en cours qui visent à renforcer les principaux projets touristiques du Manitoba et à stimuler les activités de commercialisation et de promotion de l'industrie dans les principaux marchés, par l'entremise d'ententes fédérales-provinciales de développement du tourisme et d'activités de développement touristique et de commercialisation réalisées de façon coordonnée par les gouvernements fédéral et provincial. On considère comme prioritaire l'expansion des installations et des services touristiques de la province.

<u>Le secteur des centres touristiques au Manitoba : produits, marchés, potentiels</u>

Comme on vient de l'indiquer, on a fixé l'attention sur les possibilités de développement de centres touristiques dans les lieux touristiques les plus populaires du Manitoba. Une analyse sectorielle de l'industrie des centres

touristiques au Manitoba a récemment été achevée par la firme Laventhol et Horwath, spécialistes de l'industrie de l'hébergement. Cette étude évaluait les centres touristiques actuels et les lieux touristiques du Manitoba, examinait les tendances dans ce domaine en Amérique du Nord, entreprenait une analyse du marché des centres touristiques de la province et proposait des possibilités de développement.

On trouvera à l'annexe D de ce dossier de concours une copie du résumé pour la direction de cette étude intitulée "Étude sur le développement touristique en milieu rural, mai 1986". On peut emprunter un exemplaire du texte intégral de l'étude en s'adressant à M. John Giesbrecht, au (204) 945-2036, à la bibliothèque du ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, située au 155, rue Carlton, pièce 600, Winnipeg (Manitoba). Voici les faits saillants de l'étude :

L'étude identifie trois propriétés au Manitoba que les experts-conseils ont qualifiées de centres touristiques. Il s'agit de Elkhorn Resort and Conference Centre près du parc national du Mont-Riding, de Gull Harbour Resort and Conference Centre situé dans le parc provincial Hecla et de Falcon Lake Club & Resort dans le sud du parc provincial Whiteshell. Il y a un certain nombre de plus petits centres touristiques dans le sud du Manitoba, qui sont pour la plupart exploités de façon saisonnière. Il n'existe actuellement aucun centre touristique sur la rive est du lac Winnipeg.

Depuis lors, l'Entente sur le tourisme a aidé le Elkhorn Resort & Conference Centre à réaliser une grande expansion, terminée en juin 1988, qui a vu l'addition de 40 chambres. En outre, un centre touristique de 77 chambres est actuellement en voie de développement à Gimli, à une heure de Winnipeg, sur la rive ouest du lac Winnipeg. Ce complexe, qui devrait ouvrir ses portes au printemps de 1990, est réalisé par C.H. Inns & Suites Inc.

Les auteurs de l'étude tirent la conclusion qu'on peut construire au Manitoba de 260 à 310 nouvelles unités d'hébergement de centres touristiques rien qu'en se basant sur la demande actuelle du marché. L'expansion du centre touristique de Elkhorn (40 chambres) et le projet en cours à Gimli (77 chambres) n'utilisent que 137 des chambres supplémentaires pouvant être utilisées. Il y a aussi la possibilité de récupérer une partie des 65 000 à 114 000 nuits-chambres achetées chaque année par les Manitobains dans des régions avoisinantes. En outre, comme la demande de centres touristiques nait de l'offre, il existe un potentiel réel pour la création de nouveaux marchés dans la province et dans les régions avoisinantes qui ne possèdent pas de centres touristiques bien aménagés.

On estime que les visites aux nouveaux centres touristiques aménagés au Manitoba se répartissent comme suit selon l'origine des visiteurs : 83 p. 100 du Manitoba, 5 p. 100 de la Saskatchewan, 10 p. 100 du Minnesota et du Dakota du Nord et 2 p. 100 du nord-ouest de l'Ontario.

On s'attend à ce que les marchés de la famille, des visiteurs de fin de semaine et des réunions contribuent respectivement 30 p. 100, 25 p. 100

et 10 p. 100 de la demande totale. Pour les divers segments de marchés spécialisés, les activités d'apprentissage et de perfectionnement basées sur le tennis, le golf, le bien-être et d'autres activités récréatives s'avèreront très importantes pour stimuler la demande. Une étude spéciale des récents développements dans le secteur des centres culturistes semble indiquer que de telles installations devraient être intégrées à d'autres éléments récréatifs, plutôt que d'être établies de façon isolée.

L'étude propose quatre concepts d'aménagement de centres touristiques qui peuvent être réalisés au Manitoba, notamment la construction d'un centre touristique axé sur la récréation et les activités à Grand Beach.

Parc provincial de Grand Beach

Le parc provincial de Grand Beach possède l'une des plus belles plages du Manitoba. Par les chauds week-ends d'été, jusqu'à 50 000 personnes par jour se rendent sur cette plage de sable blanc de quatre kilomètres de long, bordée de dunes éoliennes. Le fait que la plage puisse accueillir un tel nombre de personnes et qu'elle ne se trouve qu'à une heure et demi de route de Winnipeg a garanti sa popularité depuis le début du siècle, lorsqu'une voie de chemin de fer reliait la plage à la ville de Winnipeg. Grand Beach est le deuxième parc provincial qui attire le plus de visiteurs au Manitoba après celui de Whiteshell. D'après le nombre de voitures qui pénètrent dans le parc du 15 mai au 15 septembre (191 269 voitures en 1984, 183 479 voitures en 1985, 214 714 voitures en 1986, 215 701 voitures en 1987) on peut penser (si l'on compte 3,5 personnes par voiture) que 754 954 personnes ont visité Grand Beach pendant l'été de 1987.

En outre, le parc n'est pas seulement une plage estivale. Il couvre 24,6 kilomètres carrés et abrite un grand nombre de possibilités récréatives pour toute l'année, ainsi que des ressources naturelles et culturelles spéciales.

Ressources naturelles

Il s'agit surtout de la plage et des dunes, environnement dynamique de sable sans cesse mouvant, emporté par le vent et par l'eau, partiellement tenu en place par l'herbe et les arbres et qui constitue la principale attraction du parc. La plage et les dunes séparent le lac Winnipeg d'un étang de 293 hectares, paradis de toute une variété d'oiseaux, notamment d'espèces menacées telles que le pélican blanc d'Amérique, l'aigle à tête blanche et, sur la plage elle-même, le pluvier siffleur, espèce menacée d'extinction. L'étang est également l'habitat de plusieurs espèces de poissons; le frai de printemps de la carpe est probablement l'élément le plus visible et le plus fascinant de cette vie aquatique.

Du côté est du parc provincial de Grand Beach se trouvent environ 15 kilomètres d'arrière-pays. Ce secteur est dominé par une haute crête qui s'élève du niveau de l'eau à la plage est (environ 218 mètres au-dessus du niveau de la mer) jusqu'à plus de 275 mètres au-dessus du niveau de la mer. Ce grand dépôt de sable et de gravier est recouvert de pins gris, de bouleaux et de trembles. Derrière la crête se trouve une grande tourbière d'épinettes noires et de cèdres qui s'étend jusqu'à la route n° 59. Cette tourbière a été classée dans la catégorie des zones spéciales protégées dans l'énoncé des lignes directrices pour la gestion du parc; en effet, elle contient trois espèces d'orchidées indigènes.

Souvenirs nostalgiques

Dans les années 60, les gares et les autres bâtiments du chemin de fer ont été enlevés : le pavillon de danse, l'ancien hôtel du chemin de fer, les rails et le quai n'étaient plus rentables et ont donc disparu. L'ère du train "Moonlight Special", des pique-niques d'église et de compagnies, des bals en soirée dans la plus grande salle de bal du Commonwealth était terminée. Il restait la plage, les chalets, les souvenirs et la demande du public exigeant différentes formes de récréation à Grand Beach. Voir Annexe E : Grand Beach - le bon vieux temps.

Ressources récréatives

Bien que Grand Beach soit classé comme parc provincial naturel, le plan du réseau des parcs provinciaux du Manitoba et les lignes directrices de gestion provisoires pour Grand Beach recommandent qu'on le reclasse en tant que parc provincial de loisirs afin d'aligner sa classification sur son utilisation et sur le contexte historique.

> "Grand Beach continuera à servir en tant que principale plage de loisirs du Manitoba; à offrir toute une gamme d'activités aquatiques, notamment des sports innovateurs comme la planche à voile et le parachutisme ascentionnel, compatibles aux autres activités sur la plage et dans l'eau; à fournir toute une gamme de services et de logements aux visiteurs, notamment des terrains de camping, des "cabines" à louer, des chalets et des installations de centre touristique ne dépassant pas la capacité d'accueil du site et qui resteront compatibles à des services semblables exploités par le secteur privé en dehors du parc; à faire connaître et apprécier du public l'histoire de Grand Beach en tant que centre touristique ferroviaire; à protéger les caractéristiques naturelles délicates du parc (p. ex. les habitats de la sauvagine de l'étang) et à mieux les faire apprécier du public. (Extrait du plan du réseau des parcs provinciaux du Manitoba.)

Les installations récréatives de Grand Beach sont variées et continuent d'être agrandies et modernisées.

Utilisation diurne

Cette utilisation traditionnelle est concentrée sur la plage ouest qui compte des aires de stationnement, trois comptoirs de vente d'aliments, une rampe de mise à l'eau dans l'étang, un trottoir de planches, un terrain de jeux pour enfants, quatre terrains de tennis, de nombreuses tables de pique-nique, des sentiers signalisés, un centre de location d'équipement, des toilettes et des vestiaires, une zone de rassemblement pour les motoneiges et les bureaux d'administration du parc. La plage est, moins aménagée, compte une aire de stationnement, des vestiaires et des toilettes pour les visiteurs de jour.

Du côté est, il y a également un sentier signalisé et cinq pistes pouvant servir à la fois aux randonnées et au ski de fond. Ces pistes de ski, d'une longueur totale de 20 km, sont considérées comme étant parmi les meilleures de la province, et il est encore très possible de les étendre. Il y a trois abris chauffés le long des pistes, ainsi qu'un petit terrain de stationnement et un abri au point de départ.

La plupart des 40 kilomètres de pistes de motoneige du parc se trouvent également

de ce côté-ci du parc. Ces pistes rejoignent un réseau qui relie Pine Falls, Lac du Bonnet, le parc Whiteshell et le sentier North Star et qui va jusqu'aux États-Unis en passant par Beausejour. On ne dispose cependant d'aucune statistique quant à l'utilisation hivernale de Grand Beach.

Hébergement

Il y a actuellement deux types d'hébergement dans le parc. Il y a 520 chalets privés qui occupent des terrains loués à proximité du village de Grand Marais. Ces terrains avaient été loués au départ à la compagnie de chemin de fer en tant qu'emplacements de camping. Peu à peu, au cours des années, les tentes ont été remplacées par des chalets. Il reste quatre parcelles de terrain privé dans le parc, d'une superficie totale d'environ 96 hectares.

Situé du côté est de l'étang, le terrain de camping de Grand Beach comprend 294 emplacements non aménagés et 110 emplacements équipés d'électricité, soit un total de 404 emplacements, dont 37 sont loués pour la saison. Avec une saison d'exploitation de 115 jours, le terrain de camping a accueilli en 1987 17 076 jours-unités. Cela se traduit par une occupation de 41,6 p. 100 de mai à septembre , de 65,2 p. 100 les week-ends, de 72,7 p. 100 les week-ends de juin à août, les habitants du Manitoba comptant pour 87 p. 100 des utilisateurs. Les taux d'occupation de ce terrain de camping sont de 10 à 15 p. 100 plus élevés que pour la moyenne provinciale. Grand Beach est le troisième terrain de camping le plus populaire après Falcon Beach et Birds Hill. Un petit motel construit dans les années 60 à l'emplacement de l'ancien hôtel du chemin de fer a fermé ses portes il y a plusieurs années. De ce fait, il n'y a aucune installation d'hébergement à toit fixe dans le parc et seulement un nombre très limité à Grand Marais.

Les concessions pour l'épicerie et la laverie automatique du terrain de camping, deux restaurants-minute sur le trottoir de planches de la plage ouest, un magasin et un restaurant-bar dans l'ancien motel ont été accordées en 1986 et feront l'objet de nouveaux appels d'offres avant la saison estivale de 1990. Il y aura un nouvel appel d'offres en 1993 pour une concession d'équipement de loisirs nautiques, la location de bateaux, de pédalo et de voiliers. Aucune concession n'est exploitée dans le parc pendant l'hiver.

Il existe donc peut-être un besoin pour un centre touristique quatre-saisons fournissant les services dont les utilisateurs du parc ont un réel besoin. De telles installations devraient être intégrées aux systèmes et aux activités récréatives qui existent déjà dans le parc.

Objectifs généraux de la Direction des parcs pour Grand Beach

La Direction des parcs a énoncé les objectifs généraux suivants pour le parc provincial de Grand Beach :

1. Protection des ressources naturelles de Grand Beach, c'est-à-dire de celles qui font du parc un lieu privilégié. Aucun aménagement ne devrait mettre en danger la formation ou la continuation de la plage et des dunes ni les écosystèmes délicats.

2. Poursuite de l'aménagement d'installations de loisir, de services et d'hébergement pour répondre aux besoins des visiteurs du parc.

DÉTAILS DU PROJET

A. Une occasion unique

Ce projet constitue une occasion unique de présenter une proposition concernant la construction et l'aménagement d'un terrain de golf et d'un centre touristique quatre-saisons au parc provincial de Grand Beach. Il faudra toutefois respecter les exigences minimales établies dans le présent concours relativement au contenu des soumissions. Les concepts décrits ci-dessous ne doivent servir que de guide, car les idées proposées dans les soumissions pourraient s'avérer tout aussi valables.

1) Centre touristique

Il pourrait s'agir d'un centre de loisirs, de conditionnement physique ou de conférences qui mettrait en valeur les ressources aquatiques des environs ou ferait revivre la belle époque des chemins de fer. On pourrait y trouver des installations de qualité, notamment :

- piscines intérieure et extérieure;
- terrain de jeux aquatiques pour enfants;
- courts de tennis, de squash et de racquet-ball;
- salle de jeux;
- divers restaurants (cafétéria, salle à manger, café-théâtre);
- centre de conditionnement physique;
- salle de spectacles;
- salles de réunion;
- espace réservé à des fins commerciales (p. ex. magasins de souvenirs).

Les propositions doivent porter sur la construction d'un hôtel comptant de 100 à 250 chambres. Ces chambres doivent être d'un style et d'une qualité propres à attirer des clients à l'échelle nationale et internationale.

2) Terrain de golf

On étudie également la possibilité d'aménager un terrain de golf de haut calibre à Grand Beach. En voici les caractéristiques :

- un parcours de plus de 7 000 verges;
- un paysage d'une beauté exceptionnelle;
- des obstacles originaux faits de main d'homme;
- une conception originale qui reflète le génie de l'architecte.

L'emplacement du terrain de golf couvre plus de 500 acres. À la journée portes ouvertes, des golfeurs de tous les âges ont indiqué qu'ils aimeraient beaucoup jouer à cet endroit. Les promoteurs devraient également envisager l'aménagement d'un parcours de calibre moins élevé comportant 9 ou 18 trous.

S'il s'agit d'un bâtiment autonome, le chalet-boutique de golf devrait être conçu de façon à bien s'intégrer au centre

touristique. On pourrait également relier le terrain de golf aux pistes de randonnée et de ski de fond existantes. Le chalet de golf pourrait servir de chalet de ski pendant la saison hivernale. En raison de la grande étendue du terrain, on pourrait aménager des zones tampons entre les allées et y tracer des pistes de ski supplémentaires.

3) Autres installations

Les promoteurs peuvent aménager diverses installations commerciales et des centres de location d'équipement entre l'emplacement de la station touristique et la plage est.

4) Critères de conception

On accordera la plus haute importance à la conception architecturale du projet. Il faut donc adopter un style uniforme pour assurer une certaine harmonie dans l'architecture du ou des bâtiment(s). On doit utiliser des matériaux naturels et employer des couleurs neutres à l'extérieur des bâtiments en prenant soin d'y ajouter des couleurs vives pour souligner certains éléments.

En plus des espaces réservés aux piétons, on propose la construction d'arcades pour assurer une certaine protection contre les intempéries. Le bâtiment ne doit pas compter plus de trois étages. Sur le plan architectural, le toit peut constituer la forme prédominante de l'ensemble. Il faudrait y intégrer des balcons et des plates-formes afin que l'on puisse admirer la vue du lac, du terrain de golf et de la forêt environnante. Le bâtiment doit être orienté de façon à ce que l'on ait la meilleure vue possible à partir des chambres. On recommande aux promoteurs de souligner l'importance dans l'histoire de Grand Beach des chemins de fer, du pavillon de danse et de la promenade en planches.

Quant à l'aménagement paysager, il doit accentuer les contours existants, améliorer la qualité spatiale des terrains et voiler les éléments indésirables. De plus, il faut profiter de la végétation existante et planter de nouveaux arbres pour cacher le terrain de stationnement et embellir la vue qu'on a de l'hôtel depuis la route. Il est préférable d'utiliser des plantes indigènes. Il faut également éclairer les sentiers pédestres les plus importants afin de faciliter l'accès au lac en soirée.

B. Emplacement

La carte figurant à l'annexe F indique l'emplacement du centre touristique et du terrain de golf par rapport aux secteurs récréatifs environnants et au parc dans son ensemble. Le centre touristique s'étend sur quelque 30 acres et le terrain de golf en couvre environ 500. Les limites du territoire pourront être élargies ou légèrement modifiées en fonction de la proposition approuvée. À l'annexe C, on trouve une orthophotocarte datant de 1989 et une carte des courbes de niveau de l'emplacement de l'hôtel et du terrain de golf. Cette carte, qui correspond à une échelle de 1/2 000, montre les contours du terrain à intervalles d'un mètre.

Il sera interdit de construire des structures permanentes sous le périmètre d'inondation, qui est de 220,06 mètres (722 pi). Des arpenteurs ont délimité ce périmètre sur le terrain. L'étude de planification et de faisabilité réalisée par la société UMA Engineering Ltd contient des détails relatifs aux conditions du sol et à la construction des bâtiments (voir l'annexe F).

C. Services

L'étude de planification et de faisabilité comprend également des recommandations sur la conception préliminaire du centre, une estimation des coûts relatifs à l'aménagement de routes et d'un système d'égouts, ainsi que des renseignements sur les ressources hydrauliques et les conditions du sol de l'emplacement. Voici un résumé des éléments formant l'infrastructure du centre :

ROUTE - À l'heure actuelle, aucune route carrossable ne permet d'accéder à l'emplacement proposé du centre. La conception d'une nouvelle route a fait l'objet d'une étude et une estimation des coûts a été réalisée dans l'étude de planification et de faisabilité. On propose la construction d'une route asphaltée à deux voies entre la route N° 59 et l'emplacement proposé du centre. La route devra traverser un terrain généralement sablonneux qui comporte de légères ondulations. Le tracé de la route a été choisi, et on a fixé la limite de vitesse à 60 km/h sur une distance de 4 km afin de permettre aux automobilistes d'admirer la beauté du paysage. L'accès à la route menant à Lester Beach, au nord, et au terrain de camping, au sud, sera limité au personnel de lutte contre les incendies.

Comme l'indique une carte figurant à l'annexe F, on a choisi l'emplacement de la route de façon à protéger une région du parc jugée délicate sur le plan écologique.

ÉGOUTS - On propose que les eaux usées provenant du centre touristique soient traitées dans des installations nouvelles ou agrandies situées à l'emplacement du bassin de stabilisation du parc. Les dimensions de la station de traitement dépendront de celles du centre touristique et de ses installations. Il sera nécessaire d'acheminer les eaux usées de l'hôtel jusqu'à l'emplacement du bassin de stabilisation par le biais d'une conduite de refoulement. Le tracé de cette dernière a déjà été déterminé; toutefois, on établira les détails relatifs à la station de pompage et à son emplacement en fonction de la proposition retenue.

EAU - On peut obtenir de l'eau potable à partir d'une nappe aquifère creusée dans le grès. On a foré trois puits d'essai pour déterminer le point d'accès le plus rapproché. L'emplacement du puits le plus productif est indiqué sur une carte de l'annexe F. Ce puits a été recouvert et on y a installé du tubage pour permettre au promoteur retenu de l'utiliser. On devra forer des puits supplémentaires selon l'importance du centre proposé et le besoin éventuel d'un puits d'appoint.

À condition d'avoir obtenu le permis nécessaire, le promoteur pourra irriguer le terrain de golf en puisant de l'eau directement du lac, des canaux existants ou de l'étang naturel. Toutefois, il ne s'agit toujours que d'un concept; on n'a pas étudié ce projet plus avant pour en confirmer la faisabilité, car les détails relatifs à son exécution demeurent l'entière responsabilité du promoteur retenu.

COÛTS - L'estimation préliminaire des coûts liés à la construction d'une route et au traitement des eaux usées est basée sur un projet d'aménagement à deux étapes. Dans la première, on construit un hôtel de 125 chambres, et dans la deuxième, on en ajoute 125 pour porter le nombre de chambres à 250.

Infrastructure	125 chambres	250 chambres
Route	2 000 000 $	2 000 000 $
Bassin de stabilisation	850 000	1 500 000
Station de pompage et conduite de refoulement	400 000	400 000
Forage des puits, pompes et conduites d'alimentation	105 000	140 000
TOTAL	3 355 000 $	4 040 000 $

D. Électricité/téléphone

ÉLECTRICITÉ - Selon Hydro Manitoba, la ligne électrique triphasée qui passe à l'est de l'emplacement a une capacité suffisante pour répondre aux besoins du centre. Le promoteur retenu devra engager des négociations avec Hydro Manitoba pour la prestation des services.

TÉLÉPHONE - La Société de téléphone du Manitoba souligne qu'elle est en mesure de répondre aux besoins du centre. Il sera nécessaire d'installer une ligne téléphonique entre le centre et Grand Marais, qui est à une distance d'environ 6 km. Le promoteur retenu devra entreprendre des négociations avec la Société pour assurer la prestation des services.

E. Autres services

Le promoteur retenu devra entamer des négociations avec le gouvernement du Manitoba pour assurer la prestation de tous les autres services (protection contre les incendies, ambulances, enlèvement des ordures, police, etc.).

F. Bail

Le promoteur retenu pourra exploiter le centre touristique et le terrain de golf en vertu d'un bail commercial de la Direction des parcs. On trouvera un bail type de cette direction à l'annexe A.
Conformément aux règlements du parc, on peut actuellement signer un bail d'une durée maximale de 21 ans, puis le renouveler pour une autre période de même durée. Toutefois, le promoteur retenu pourra négocier avec le gouvernement provincial en vue d'obtenir un bail de 50 ans qui serait renouvelable pour une période de 25 ans.

G. Entente de développement

Les travaux de construction feront l'objet d'une entente de développement. Un exemple d'une telle entente figure à l'annexe B.

H. Considérations environnementales

Les ministères des Ressources naturelles et de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme ont présenté une demande au ministère de l'Environnement, conformément à l'article 11 de la Loi sur l'environnement. La demande et tous les renseignements pertinents figurent à l'annexe G. Cette demande vise à conclure un accord de principe concernant la mise en oeuvre du projet. Le promoteur retenu sera tenu d'obtenir les permis nécessaires à cet effet.

I. Financement assuré en vertu de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme

La somme de 1 500 000 $ pourra être versée au promoteur sous forme de prêt et (ou) de subvention pour qu'il puisse mettre en place l'infrastructure décrite à la page 10. On négociera les modalités de financement avec le promoteur retenu.

J. Hébergement du personnel

Il sera interdit d'héberger le personnel à l'intérieur du parc. Les terres adjacentes au parc pourront être utilisées à cette fin. L'hébergement du personnel constitue la responsabilité du promoteur retenu.

PROCESSUS DE CONCOURS

1. **Dépôt des propositions**

Les propositions doivent comprendre les renseignements énumérés dans la partie du présent document qui porte sur le contenu des propositions. Elles seront reçues jusqu'au lundi 6 novembre 1989, à midi (heure locale) et doivent porter la mention "Parc provincial de Grand Beach - Centre touristique et terrain de golf". On doit les faire parvenir à l'adresse suivante :

Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme
155, rue Carlton, 7e étage
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3H8

Les promoteurs doivent fournir six copies de tous les documents présentés.

Toutes les propositions doivent être accompagnées d'un chèque certifié de 25 000 $ canadiens fait à l'ordre du "ministre des Finances du Manitoba" et tiré sur une banque à charte du Canada. Les propositions ne comportant pas de dépôt de garantie ne seront pas étudiées. Toutes les sommes reçues seront déposées dans un compte rapportant des intérêts. Tous les promoteurs dont la demande n'aura pas été retenue pourront récupérer leur dépôt ainsi que l'intérêt accumulé jusqu'à cette date. Le promoteur retenu recevra son dépôt de garantie lorsqu'il fournira la garantie d'exécution requise en vertu de l'entente de développement conclue avec le gouvernement du Manitoba.

Les soumissions reçues après la date limite ne seront pas étudiées. Il est possible de modifier ou de retirer sa proposition en écrivant aux responsables avant la date limite. Après cette date, toutes les propositions deviendront la propriété des organismes chargés d'exécuter l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme.

2. **Visite de l'emplacement et renseignements concernant les soumissions**

Le 25 septembre 1989, à partir de 10 h, il y aura une séance d'information et une visite de l'emplacement à l'intention des promoteurs au centre des loisirs de Grand Marais. Les promoteurs intéressés doivent confirmer leur présence en communiquant avec :

Helga Stecky
Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme
155, rue Carlton, pièce 700
Winnipeg (Manitoba)
R3C 3H8
(204) 945-0098

Les promoteurs qui relèvent des omissions ou des irrégularités dans le présent document ou qui ont des questions relatives à son contenu doivent écrire à M. Fred Whitehouse, gestionnaire de programme, Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme, avant le 20 octobre 1989. Les réponses et les modifications seront envoyées par courrier recommandé à

tous les promoteurs qui ont reçu le présent appel de propositions. Aucun autre renseignement ne sera fourni aux promoteurs avant la date limite, sauf dans les cas prévus dans le présent document.

3. **Comité de sélection**
Une fois les soumissions reçues, un comité de sélection se chargera de les étudier pour déterminer s'il convient de préciser ou de développer certains points. Ce comité peut décider de rencontrer certains des promoteurs ou tous les promoteurs pour discuter de leur proposition respective. Une proposition peut être rejetée si le promoteur refuse de fournir les renseignements que lui demande le comité.

4. **Demande de présentation**
Du 7 au 21 novembre 1989, toutes les propositions reçues seront étudiées par le comité de sélection, qui pourra faire appel à des experts-conseils, à des groupes consultatifs et à divers spécialistes, selon les besoins. Après avoir évalué toutes les propositions, le comité demandera à certains promoteurs de lui présenter leur proposition de vive voix. Il se réserve également le droit de demander des détails supplémentaires aux promoteurs.

5. **Choix du promoteur**
À la suite d'une évaluation des propositions fondée sur les critères décrits à la page 16, le comité de sélection pourra choisir le promoteur avec qui l'on négociera une entente de développement, un bail et une entente relative à l'aide financière décrite à l'alinéa I de la page 11.

6. **Autres modalités**
Tout au long du processus de sélection, le comité peut décider d'accepter ou de rejeter certaines, voire toutes les propositions, qu'il y ait eu ou non des négociations. Il peut également décider de modifier la proposition du promoteur retenu, à la suite de négociations.

Les modalités suivantes s'appliquent également à ce concours :

a. Les gouvernements du Canada et du Manitoba ne peuvent s'associer à un promoteur pour créer une entreprise conjointe, une société ou toute autre forme de projet de développement commun.

b. Le promoteur retenu doit obtenir toutes les autorisations nécessaires, remplir toutes les demandes relatives au projet et assumer tous les frais qui s'y rapportent.

c. Chaque promoteur doit assumer toutes les dépenses engagées pour préparer ou présenter une proposition ou fournir tout renseignement supplémentaire jugé nécessaire à l'évaluation d'une proposition ou au déroulement des négociations.

d. Le comité de sélection peut accepter la proposition qui lui semble le mieux répondre aux objectifs de l'Entente Canada-Manitoba sur le développement du tourisme.

CONTENU DES PROPOSITIONS

Les propositions doivent comprendre les renseignements suivants :

1. **Plans conceptuels du projet**

a) Centre touristique

Il faut inclure suffisamment de renseignements pour permettre au comité de sélection de déterminer la nature, le thème, la qualité et l'importance de l'établissement proposé. La proposition doit au moins comprendre les renseignements suivants :

- un plan d'ensemble de la première phase et de la construction éventuelle d'une annexe (nombre maximum de chambres : 250);
- des plans d'étage;
- des dessins de façade (tous les côtés);
- des indications préliminaires sur la finition intérieure et extérieure;
- le type et le nombre de chambres;
- la liste et les dimensions des installations (restaurants, piscines, courts, salles de conditionnement physique, etc.);
- tout autre bâtiment ou service proposé par le promoteur.

b) Terrain de golf

Il faut décrire le type, la nature, le calibre et les dimensions (nombre de trous et longueur) du terrain de golf proposé. Il n'est pas nécessaire d'en inclure le plan. L'expérience et les antécédents de l'architecte chargé du projet constituent un critère important.

Si le chalet-boutique de golf est un bâtiment autonome, il faut en inclure la description et fournir un dessin de façade.

2. **Analyse du coût des immobilisations et des besoins financiers**

Dans la proposition, il faut décrire la méthode utilisée pour estimer le coût des immobilisations et inclure un sommaire où figurent les coûts nécessaires à la construction et à l'ouverture des installations. Il faut y inclure les éléments suivants et une estimation du coût de chacun d'eux :

Immobilisations	Coût estimé
Construction de l'hôtel	
Équipement	
Meubles et installations	
Stationnement et aménagement des terrains	
Construction du terrain de golf	
Construction du chalet de golf	
Bâtiments d'entretien	
Fonds de roulement	
Marketing (publicité annonçant l'ouverture du centre)	
Infrastructure	
Route	
Égouts	
Eau	

TOTAL _____

_____

3. **Mode de financement**
Le promoteur doit décrire ses sources de financement et le mode de financement proposé (p. ex. capitaux propres, emprunt, sociétés en commandite, émission d'actions offerte au public).

4. **Organigramme**
Le promoteur doit fournir un organigramme où figurent les rapports hiérarchiques existant entre son organisme et les entreprises affiliées, les sociétés de gestion, les sociétés en commandite et les entreprises en participation.

5. **Exploitation du centre**
Le promoteur doit indiquer qu'il est prêt à exploiter le centre à longueur d'année et décrire le niveau de service prévu (p. ex. service à l'étage offert 24 heures sur 24 ou seulement jusqu'à 22 h).

6. **Gestion et dotation en personnel**
Le promoteur doit fournir un organigramme où figurent les membres de la direction et du personnel ainsi que tout rapport hiérarchique les liant à une autorité extérieure (siège social). De plus, il doit indiquer le nombre d'employés requis pour assurer l'exploitation de l'hôtel et du terrain de golf.

7. **Expérience et compétences du promoteur**
Le promoteur doit montrer qu'il possède l'expérience et les compétences requises pour entreprendre un projet de construction, obtenir le financement nécessaire, mener une campagne de marketing et assurer la bonne exécution du projet. La proposition doit au moins comprendre les renseignements suivants :

- une liste de projets comparables réalisés par le promoteur;
- une liste du personnel affecté au projet et une description sommaire de ses antécédents;
- une lettre de référence d'une institution financière;
- les antécédents du promoteur dans le domaine du marketing et dans l'industrie de l'accueil;
- les antécédents du promoteur dans le domaine de la construction;
- les antécédents du promoteur dans le domaine des finances, notamment en ce qui a trait au mode de financement proposé.

8. **Experts-conseils**
Les promoteurs doivent fournir une liste comprenant les antécédents professionnels des experts-conseils et de tout autre conseiller participant au projet. Il faut y inclure les personnes suivantes :

- l'architecte du centre touristique;
- l'architecte paysagiste;
- l'architecte ou le dessinateur du terrain de golf;
- le conseiller financier;
- le conseiller juridique;
- l'ingénieur;
- tout autre conseiller.

9. **Calendrier**
Le promoteur doit fournir un calendrier indiquant les dates cibles des étapes les plus importantes du projet, notamment : conception, étude de faisabilité, réalisation des dessins d'exécution, début des travaux (par étapes), formation du personnel, campagne de marketing et ouverture du centre.

10. **Loi sur les corporations**
Tous les promoteurs devront pouvoir être enregistrés en vertu de la Loi sur les corporations du Manitoba.

11. **Interprétation du présent document**
Les gouvernements du Canada et du Manitoba ont fait tout en leur possible pour assurer l'exactitude des renseignements figurant dans le présent document. Ils n'assument donc aucune responsabilité juridique quant à son contenu. Il incombe à chaque promoteur de faire une étude de faisabilité en tenant compte des possibilités de développement et des considérations économiques qui pourraient avoir des répercussions sur le projet.

CRITÈRES DE SÉLECTION

Voici les principaux critères de sélection :

- qualité des installations prévues;
- plan d'exploitation;
- expérience du promoteur;
- situation financière du promoteur;
- retombées économiques pour la province;
- respect des exigences décrites dans l'appel de propositions;
- intégration du projet au parc provincial de Grand Beach.

Il est important de toucher à chacun des critères ci-dessus. Toutefois, on étudiera tous autres renseignements que décideront de fournir les promoteurs.

Canada

Manitoba